



MULHERES EMPREENDORAS: SENTIMENTOS E CAPACIDADES DE SUPERAÇÃO FRENTE ÀS DIFICULDADES

WOMEN ENTREPRENEURS: FEELINGS AND OVERCOMING CAPACITY FACING THE DIFFICULTIES

GABRIELA SANTOS DE SOUZA
UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

ELOISA ELENA RAMOS DIAS SHINOHARA
UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

MAYARA APARECIDA DE BRITO PEREIRA
UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Nota de esclarecimento:

Comunicamos que devido à pandemia do Coronavírus (COVID 19), o IX SINGEP e a 9ª Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) foram realizados de forma remota, nos dias **20, 21 e 22 de outubro de 2021**.

Agradecimento à órgão de fomento:
Agradecemos o apoio da Fapesp e do CNPq

MULHERES EMPREENDORAS: SENTIMENTOS E CAPACIDADES DE SUPERAÇÃO FRENTE ÀS DIFICULDADES

Resumo

Este artigo tem por objetivo entender a capacidade de superação de mulheres empreendedoras frente às dificuldades vivenciadas em seus negócios. Para essa pesquisa trinta empreendedoras foram entrevistadas de diferentes ramos de atuação e as principais estratégias utilizadas para superarem as adversidades foram: apoio, dificuldades, sentimentos, emoções e percepções. Embora os sentimentos e os momentos difíceis pessoais e nos negócios, as empreendedoras não desistem e procuram empoderar cada vez mais.

Palavras-chave: Mulheres Empreendedoras, Sentimentos, Capacidade de superação , Negócios, Dificuldades

WOMEN ENTREPRENEURS: FEELINGS AND OVERCOMING CAPACITY FACING THE DIFFICULTIES

Abstract

This article aims to understand the ability to overcome women entrepreneurs in the face of the difficulties experienced in their businesses. For this research, thirty entrepreneurs were interviewed from different branches of activity and the main strategies used to overcome adversity were: support, difficulties, feelings, emotions, and perceptions. Although feelings and difficult moments personal and in business, as entrepreneurs do not give up and seek to empower more and more.

Keywords: Women Entrepreneurs, Feelings, Overcome capacity , Business, Difficulties

MULHERES EMPREENDEDORAS: SENTIMENTOS E CAPACIDADES DE SUPERAÇÃO FRENTE ÀS DIFICULDADES

Contextualização:

No que se refere à vivência das mulheres que empreendem no Brasil as pesquisas demonstram que as dificuldades enfrentadas em seu contexto de trabalho são recorrentes (Machado, 2002). De acordo com Lezana e Tonelli (1998), a necessidade de autorrealização do empreendedor, incluindo as mulheres, é o motor do crescimento, pois permite que ele maximize seu potencial na tentativa de superar os próprios limites.

Objetivos:

Esta pesquisa tem por objetivo entender a capacidade de superação de mulheres empreendedoras em relação às dificuldades em seus negócios e identificar os sentimentos, emoções, percepções frente às adversidades vivenciadas por mulheres empreendedoras.

Fundamentação Teórica:

Na visão de Hochschild (1983), é por meio da emocionalidade que “nós descobrimos nosso modo próprio de olhar o mundo”. Lazarus (1991), enfatiza que as diferentes emoções são expressas em eventos diários e os esforços são expressos, por parte dos indivíduos, visando a sobrevivência. Já Podoyntsya, Van der Bij, & Song, (2012) relatam que as emoções influenciam diretamente nas ações do indivíduo, impactando o comportamento dos empreendedores.

Metodologia:

A pesquisa tem uma abordagem qualitativa e exploratória. A coleta de dados foi realizada através de entrevistas semiestruturadas e online (em virtude da pandemia Covid-19). Além disso, foram entrevistadas 30 empreendedoras, situadas na cidade de São Paulo, proprietárias de micro e pequenos negócios. A análise de resultados foi feita através de análise de conteúdo (Bardin, 1977), com abordagem interpretativista (Gibbs, 2009).

Resultados e Análises:

Nos relatos foram encontrados sentimentos positivos e negativos quanto ao empreendimento. Dentre os sentimentos negativos destacam-se raiva, insegurança e medo. Os maiores medos foram: clientes insatisfeitos, falta de clientes devido à crise, comentários ruins e morte ou doenças. Porém, sentimentos negativos, conforme os relatos das empreendedoras, não as fazem desistir dos seus negócios, expressam que mesmo em contextos difíceis, ainda há benefícios que valem a pena. Os sentimentos positivos relevantes foram felicidade, satisfação e gratidão.

Considerações Finais:

Como observado nas entrevistas nem todos os sentimentos negativos impedem as realizações, principalmente quando a pessoa tem prazer e gosta do que faz (Cardon et al., 2009). Conclui-se que os sentimentos negativos observados no grupo de mulheres empreendedoras objeto deste estudo, funcionaram como aspectos motivadores frente às situações de incertezas (Cardon et al., 2009).

Referências:

Bardin, L. (1977). Análise de conteúdo. *Lisboa: Edições 70.*



Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of management Review*, 34(3), 511-532.

Gibbs, G. (2009). Análise de dados qualitativos. *Porto Alegre: Artmed*.

Hoschschild, A. R. (1983). The managed heart. Commercialization of human feeling. *London: University of California Press*.

Lazarus, R. S. (1991). Emotion and adaptation. *Oxford, UK: Oxford University Press*.

Lezana, A. G. R., tonelli, A. (1998). O comportamento do empreendedor. In: Mori, F. (org.). *Empreender: identificando, avaliando e planejando um novo negócio*. Florianópolis: Escola de Novos Empreendedores.

Machado, H. V. (2002). Identidade empreendedora de mulheres no Paraná. Tese de Doutorado em Engenharia de Produção – UFSC, Florianópolis.

Podoyntsina, K., Van der Bij, H., & Song, M. (2012). The role of mixed emotions in the risk perception of novice and serial entrepreneurs. *Entrepreneurship theory and practice*, 36(1), 115-140.